

Nereida CEA ESTERUELAS

Universidad de Málaga (España)

Aida María DE VICENTE

Universidad de Málaga (España)

Las noticias corporativas en las empresas de comunicación: promoción y transparencia informativa

El objetivo del artículo es analizar la cobertura informativa de noticias corporativas en las empresas de medios españolas, a partir del análisis de los mensajes que difunden a través de las páginas de sus periódicos. Tanto la comunicación empresarial, como la comunicación de aspectos relacionados con el gobierno corporativo contribuyen a la construcción de la reputación corporativa y a la relación de la empresa con sus grupos de interés o stakeholders. A partir de la revisión bibliográfica se propone una taxonomía de las distintas acciones comunicativas corporativas, que se aplica a la selección de una muestra conformada por los dos diarios de información general con mayor número de lectores, esto es, El País y El Mundo. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto la mayor cantidad de información promocional dentro de las acciones comunicativas corporativas y la importancia creciente que parece está adoptando la comunicación de aspectos relacionados con la estrategia editorial, encaminada a la mejora de la reputación, a ganar en transparencia e incrementar la credibilidad de los medios.